

**Federico Rey Lennon**

Universidad Nacional de La Matanza Argentina

@ federicorey@uca.edu.ar

ID 0000-0001-8230-3539

■ Recibido / Received
25 de octubre de 2022■ Aceptado / Accepted
30 de octubre de 2022■ Páginas / Pages
De la 109 a la 123

■ ISSN: 1885-365X

Credibilidad, miedo y comunicación

Credibility, fear, and communication

RESUMEN:

La sociedad contemporánea, desde el 11 de septiembre de 2001, ha incrementado sus miedos de manera relevante. Quizás, las principales responsabilidades que generaron esta sociedad temerosa sean la individualización moderna y la información que exagera la percepción del riesgo. Hemos sustituido las comunidades y las asociaciones de lazos estrechos por el deber individual del interés, la preocupación y el apego por uno mismo; así, la sociedad se construyó sobre el terreno sinuoso de la contingencia.

En la mente del ciudadano común, a través de la información que recibe de los medios sociales, se conforma la sospecha de la existencia de una motivación malévola en ciertos sujetos concretos, o en ciertos grupos, y así el miedo se inocula en su acción cotidiana.

El miedo paraliza, es conspiratorio, manipula a la sociedad y la fragmenta. La sociedad se ve constantemente sometida al miedo mediático, que se propaga a través de las redes sociales con inusitada velocidad. Y esto provoca en los diversos grupos una limitación de los lazos sociales, incluso un enmudamiento colectivo, ya que, al ver al otro como potencial agresor, se abstiene de opinar y deja que los medios hablen por el resto.

En definitiva, cuando la visibilidad de los riesgos se acrecienta o, por el contrario, se oculta, se exagera el miedo o se lo silencia, pero ambas estrategias de poder generan una pérdida de control que puede desembocar en acciones fuera de lugar, irreflexivas y dominadas por el miedo.

PALABRAS CLAVE:

Miedo, comunicación, riesgo, desinformación, credibilidad.

ABSTRACT:

Since September 11, 2001, contemporary society, has significantly increased its fears. The main responsibilities of this fearful society are modern individualization, on the one hand, and information that exacerbates the perception of risk, on the other. We have replaced communities and close associations with the individual duty of interest, concern, and attachment to oneself, consequently society has been built over contingency spaces.

Through the information received from social media, the suspicion in the existence of a malevolent motivation in certain specific subjects, or groups, is formed in the head of the common citizen, and therefore fear is inoculated in their daily actions.

Fear is paralyzing, conspiring, manipulating, and fragmenting within society. Society is constantly subjected to media fear that spreads through social networks with unusual speed. And this causes, in the different groups, a limitation of social

ties. Even a collective silencing, since, seeing the other as a potential aggressor, they abstain from giving their opinion and let the media speak for the rest.

In short, when the visibility of risks is increased or, on the contrary, hidden, fear is exacerbated or silenced. But both power strategies generate a loss of control that can lead to misplaced, thoughtless, and fear-driven actions.

KEY WORDS:

Covid-19; fear; communication; journalism; networks; ethics; citizenship.

1. Introducción: Los nuevos miedos de la sociedad contemporánea

Los seres humanos poseemos una reacción instintiva, un miedo innato, que es parte constitutiva de nuestro ser biológico y que, desde el principio de la humanidad, ha servido para protegernos. Pero no es este el miedo del que trataremos acá, sino que nos referiremos al siguiente:

[El miedo que] aprendemos, el que le permite a la sociedad mantenerme a raya, ubicarme en un lugar, un rol, un papel, el miedo que me separa de otros, el que no me deja asumir la propia sexualidad o elección de género, el miedo a estar en el lugar del diferente. Lo que Eric Fromm llama «el miedo a la libertad»; un miedo aprendido y condicionado por cada cultura (Barei, 2020, p. 46).

Iniciamos esta reflexión sobre el miedo en la sociedad contemporánea con la paradoja que plantea Bauman (2007): las personas que viven en la parte más rica y más modernizada del mundo son las que se sienten más amenazadas, inseguras y atemorizadas, más inclinadas al pánico y más apasionadas por todo lo relacionado con la seguridad y la protección. Objetivamente, estamos ante las personas que podríamos considerar más seguras de la historia de la humanidad, para quienes los peligros que amenazan sus vidas son menos y más aislados que los que amenazaban la vida humana en el pasado y los que la amenazan actualmente en las partes menos desarrolladas del planeta.

Bauman destaca que estas personas disponen de «medios excepcionalmente ingeniosos y eficaces de anticipar, prevenir y combatir algunos de los peligros que, no obstante, podrían matarnos a una edad más temprana o hacernos enfermar». Es que se evidencia un auge aparentemente irrefrenable en el grado de protección que poseen quienes habitan esa porción del planeta que denominamos *mundo desarrollado*, protección en los tres frentes en los que se defiende la vida: «Contra las fuerzas superiores de la naturaleza, contra los puntos débiles innatos de nuestros cuerpos y contra los peligros que emanan de la agresión de otras personas» (ibíd., p. 167).

Ahora bien, el miedo, sostiene Barei (2020), es también necesario a la sociedad. Tanto para la supervivencia como para el silenciamiento de las personas, «el miedo es un instrumento cultural» (p. 54).

Si bien los miedos han convivido siempre con la humanidad, su magnitud y naturaleza es hoy bien distinta. Sostiene Farré Coma (2005) lo siguiente:

El círculo del miedo, gracias al trabajo de los medios y la cultura popular, se ha convertido en el encuadre desde el cual evocamos los procesos de victimización de los otros en unas sociedades secularizadas donde el miedo a Dios ya no nos lleva a la salvación (p. 113).



El miedo, por tanto, es una emoción, y tanto Boria y Barei (2020) como Farré (2005) coinciden en señalar que es una dimensión que vincula ámbitos aparentemente separados en la vida social. Es una orientación general de donde el peligro es inminente y la respuesta única consiste en evitar la fuente del miedo o atacar el objeto que lo provoca.

1.1. MIEDO E INSEGURIDAD EN LA VIDA COTIDIANA

Existe, por tanto, una articulación semántica mencionada por Boria y Barei (2020) y es que los miedos en la sociedad se hallan en un constante juego con la violencia:

Si las emociones se anclan en experiencias y prácticas sociales, el miedo en particular se exagera y se concreta en una figura liminar desde el punto de vista de una experiencia humana: el horror. El horror, como una intensificación del miedo parece circular en diferentes espacios geopolíticos (p. 11).

Si bien se puede afirmar sin temor a equivocarse que la promesa moderna de derrotar todas las amenazas para la seguridad humana se ha cumplido hasta cierto punto (aunque no hasta el extremo de acabar con ellas de una vez por todas), Bauman (2007) señala que, no obstante ello, no se ha materializado la ilusión social de liberación de aquellos miedos surgidos de la inseguridad y nutridos por ella.

En un intento de explicar el enigma de la acuciante sensación de inseguridad en la sociedad contemporánea, Castel (2004) sugiere que este procede no tanto de una escasez de protección como de la ineludible «falta de claridad de su proyección» en un universo social que, como el nuestro, «se ha organizado en torno a una búsqueda perpetua y desesperada de protección y de seguridad». Es decir, que podemos hablar de una obsesión por la seguridad que ha ido fijando estándares de protección en continuo aumento, hasta alcanzar altos niveles, previamente inconcebibles, y siempre por delante de las posibilidades reales de cada momento.

Esta obsesión por la seguridad y la consecuente intolerancia que provoca a cualquier grieta o defecto en su suministro se convierte, puntualiza Bauman (2007), «en la fuente más prolífica, autoabastecida y, probablemente, inagotable de la ansiedad y el miedo que nos invaden» (p. 168). Coincidimos con Bauman en que la era moderna ha deparado avances espectaculares en dos de las tres cuestiones que dieron origen a los miedos e inseguridades que acosaban a la humanidad en los tiempos premodernos (concretamente, los referidos a los poderes de la naturaleza y a la fragilidad del cuerpo humano). Pero, en cuanto al tercer ámbito —el de las controversias humanas—, es evidente que la seguridad prometida no llegó nunca a materializarse de manera plena, pero tampoco se acercó a estarlo y, según sostiene Bauman (2007), quizás hoy se haya alejado un poco más de los niveles óptimos.

Es pertinente el planteamiento del filósofo Blázquez-Ruiz (1995), quien sostiene que:

Porque sobrevivimos día a día y a eso le seguimos llamando vivir. Nos hemos convertido en personajes foráneos y extraños para nosotros mismos. Y como consecuencia nos sentimos des-conectados, fuera de lugar, albergados en moradas inhóspitas. No conocemos ni atisbamos tan siquiera nuestro *puesto* presente o futuro en el mundo, y la desorientación o falta de horizonte impregna nuestras vidas (p. 21).



Asimismo, nos advierte de que el hombre y la mujer contemporáneos suman a esa angustia del estar fuera de lugar la conciencia de que el tiempo de su existencia no se detiene, «sino que fluye, pero pasa de largo, nos sobrepasa, se nos escapa y no sabemos cómo detener ese proceso que nos hace asistir y sentirnos ajenos, como meros espectadores pasivos e inermes» (ibíd., p. 22).

Tal y como revelaba la poeta Pizarnik (2010), «el tiempo tiene miedo, el miedo tiene tiempo». O, en palabras de Blázquez-Ruiz (1995), dicha impotencia se ve acompañada frecuentemente no solo por la vivencia de incapacidad de trascender lo inmediato, sino igualmente por la sensación de inseguridad y de miedo. Este sostiene que con frecuencia la persona carece incluso «del coraje suficiente para aceptar, asumir y afrontar el miedo» (p. 23), ya que esa actitud precisa también de resolución y compromiso. Podríamos afirmar que debemos aceptar primero el riesgo para poder afrontar seguidamente su embestida.

Por otra parte, las sensaciones y las emociones vinculadas al miedo no son ajenas a las estrategias de poder. Al respecto, ya a fines de los años noventa, Mario Benedetti (1993) afirmaba que ni el miedo ni la inseguridad han sido nunca plenamente democráticos, porque surgen como consecuencia de la violación permanente del derecho de igualdad. «El autoritarismo político —afirma—, ha cedido paso, aun en el Primer Mundo, a un autoritarismo económico, mercantil, educativo, social, más sutil pero igualmente injusto» (p. 11). Por eso, sostiene que la variedad e intensidad de miedos son cada día más amplias y diversas.

Entonces, tal y como advertía Benedetti (id.), el miedo ha ampliado su registro. En el pasado, el miedo era el reflejo de acciones bestiales, encarnadas en las figuras de Torquemada, Stalin, Hitler o Pol Pot, así como en dictaduras, el macartismo y las distintas cazas de brujas, las torturas, las deportaciones, etcétera, acciones que provocaban miedo y hasta terror. Al decir de Benedetti, estas acciones representaban un ataque frontal y despiadado y poco sutil a la dignidad humana. Por supuesto, varias de aquellas crueldades aún subsisten. Ahora bien, continúa Benedetti:

Tales formas del miedo eran directas, conscientes, palmarias. Hoy se han incorporado a la vida comunitaria (no sólo del Tercer Mundo) otras formas indirectas, sutiles, semiocultas del miedo. Los hechos o actitudes que encienden estos nuevos pánicos no suelen ser merecedores de sanciones; más bien gozan de una amplia impunidad (ibíd., p. 11).

A la ya señalada obsesión por la seguridad, Benedetti le suma una enumeración y descripción de hechos o actitudes que generan los nuevos miedos globales y que están plenamente vigentes, ya que en los últimos treinta años, en lugar de desaparecer, se han consolidado. En primer lugar, «la miseria [...] y [...] el adoctrinamiento de violencia básica que proporciona a diario la televisión» (id.) estimularon la formación de bandas juveniles, que en las ciudades han transformado la calle y la noche en riesgos gratuitos. En segundo lugar, el miedo del trabajador ha mutado de la represión o la cárcel a la pérdida de su trabajo y, por ende, de su sustento y seguridad. «Cuanto más avanzan el desarrollo técnico, los sistemas informáticos y la robotización de la industria, más pavorosos se vuelven el paro o la desocupación masivos» (id.). En tercer lugar, otro aspecto inquietante es que, aun en la democracia, «la insolidaridad se extiende como un flagelo» (id.), junto con el retroceso del estado de bienestar y la consecuente privatización de la economía, de los servicios públicos, de la sa-



lud y de la educación y, agregaríamos, de la misma internet. Especialmente relevante es la privatización de la educación:

Como la enseñanza pública suele ser gratuita o de módico coste, y la privada, en cambio, muy onerosa, la virtual acometida contra la primera podría ir condenando a la mayoría de la población a quedar virtualmente al margen de los canales educativos. [...] De ese modo, el desnivel de las clases sociales se iniciaría precozmente y los grupos privilegiados se sentirían más seguros y a salvo. Como es lógico, en los sectores más desvalidos esa actitud genera otro miedo: el miedo a la ignorancia (id.).

En síntesis, siguiendo a Benedetti (1993), podemos afirmar que la sociedad contemporánea teme a la violencia urbana, a la pérdida de empleo, a la insolidaridad, a la intromisión policial en la vida privada (desde el 11 de septiembre de 2001, hemos visto que los Gobiernos han dictado leyes que comienzan como medidas contra el terrorismo y acaban aterrorizando a tranquilos ciudadanos), a las limpiezas étnicas y al recorte de los servicios sociales para la población de menores ingresos.

2. El círculo del miedo

Castel (2004) hace hincapié en que la principal responsabilidad por la situación de esta sociedad temerosa es la individualización moderna. Así, sugiere que, al sustituir las comunidades y las asociaciones de lazos estrechos —que tiempo atrás definían las reglas de la protección, sus derechos y obligaciones individuales relacionados y custodiaban su cumplimiento— por el deber individual del interés, la preocupación y el apego por uno mismo, la sociedad moderna se construyó sobre el terreno sinuoso de la contingencia.

En una sociedad con estas características, donde las relaciones son efímeras y se construyen sobre la base del egoísmo y la desconfianza en los otros, observa Bauman (2007):

La percepción de que la compañía humana es una fuente de inseguridad existencial y un territorio plagado de trampas y emboscadas tiende a hacerse endémica. Y, en una especie de círculo vicioso, agrava, a su vez, la endebles crónica de los lazos humanos y acrecienta los temores que tal precariedad tiende a gestar (p. 171).

En coincidencia con ello, Boria y Barei (2020) hablan de *miedos epocales*, que retuercen y crispan a las personas. Sostienen que hoy el miedo epocal por excelencia es el miedo al otro, un miedo que se concreta en las diversas xenofobias y limpiezas étnicas que se han instalado en este mundo globalizado.

«Hoy parecemos ir de una “alerta de seguridad” a otra, sin solución de continuidad y sin que la siguiente sea menos alarmante que la anterior», nos advierte Bauman (2007, p. 170). Y es interesante su observación, ya que esos estallidos de pánico sucesivos suelen ser precedidos por noticias que señalan que una determinada organización (un hospital, una prisión, una fábrica de alimentos, un supermercado, una planta depuradora de agua, etc.) «no es tan infalible y no funciona tan perfectamente» como la sociedad había asumido; por consiguiente, el miedo resultante tiende a ser explicado como «producto de una intención y unos actos malvados» (id.).

Esta clase de noticias dramáticas, que instalan la sensación de miedo, siempre apuntan a un culpable. Este sujeto es presentado como una persona abyecta, cruel, egoísta, insensible,



las más de las veces fea y, en todos los casos, muy distinta al ciudadano común que recibe la información. Y son estos sujetos malvados los que son transformados en chivos expiatorios, tanto por la opinión de los *expertos* panelistas de programas de opinión de TV y radio como por la palabra de los *influencers*, que pueblan los medios sociales digitales, y así se instalan como culpables de los miedos en la conversación popular que circula por las redes sociales. Se los acusa de ser en gran parte los responsables de todos los temores de la sociedad, ya sean estos producto de la naturaleza o de las anomalías de la salud corporal. Y estos *influencers*, sostiene Han (2022), son «venerados como modelos a los que seguir. Ello dota a su imagen de una dimensión religiosa» (p. 19), por lo cual se los cree con la fuerza de la fe. Entonces, este mecanismo informativo, afirma Bauman (2007), es responsable de que la inseguridad contemporánea venga «marcada por un miedo que tiene principalmente como objeto a la maleficencia humana y a los malhechores humanos» (p. 170).

A través de la información que recibe de los medios tradicionales y sociales, en la mente del ciudadano común se conforma la sospecha de la existencia de una motivación malévola en ciertos sujetos concretos, o en ciertos grupos, y así el miedo se inocula en su pensamiento y accionar cotidiano, advierte Bauman. Pero también a través de la desconfianza en la constancia, la dedicación y la fiabilidad de sus compañeros, surge una carga negativa que se vincula, de forma casi inevitable, con la poca disposición a hacer de sus relaciones con los otros «algo sólido, duradero y, por consiguiente, digno de confianza» (id.). Así, Bauman advierte de que el miedo «gana impulso y aceleración propios; adquiere un ímpetu y una lógica de desarrollo autónomos y precisa de muy poca atención y de casi ninguna aportación adicional para difundirse y crecer de forma imparable» (ibid., p. 171).

Ciertamente, los miedos impulsan a las personas a emprender medidas defensivas, a levantar rejas y muros, y estas medidas defensivas, sostiene Bauman, «dan un aura de inmediatez, tangibilidad y credibilidad a las amenazas reales o putativas de las que los miedos presumiblemente emanan» (id.). Es esta respuesta a la ansiedad la que convierte las percepciones y las premoniciones sombrías en una realidad cotidiana para el individuo, haciendo tangible lo que, de otro modo, no sería más que un fantasma. El miedo arraiga en las motivaciones de las personas, se instala en su entorno y en sus acciones y colma sus rutinas diarias.

Como afirma Blázquez-Ruiz (1995):

Miedo e inseguridad que comienzan paulatinamente a contactar y aproximarse a cierta distancia, por motivos circunstanciales en un principio, pero que terminan por adherirse desde fuera como lapas pegajosas sobre nuestro cuerpo, asaltando después intempestivamente nuestro mundo interior, ocupando cada vez más espacio y acabando por enquistarse como consecuencia de las experiencias vividas o de las expectativas imprevisibles (p. 23).

Lo que sucede es que se produce un desplazamiento o desacople, al decir de Bauman (2007), entre las acciones inspiradas por el miedo y los estremecimientos existenciales que este genera. El problema es que, más allá del ingente esfuerzo que realizan los sujetos en esos ámbitos de la protección o de la seguridad personal hacia los que se ha desplazado el miedo, resulta improbable que de ese modo logren neutralizar o bloquear las fuentes auténticas del miedo. Por eso, Bauman plantea la existencia de un círculo vicioso del miedo y de las acciones inspiradas por este.



3. Miedo y comunicación

Sostiene Salazar (2009) que el advenimiento de la sociedad mediática, la hegemonía de la TV y el poder de la imagen, la digitalización, la sociedad en red y el mundo virtual desideologizó a la sociedad y le impuso nuevos códigos. Afirma que este nuevo paradigma comunicacional impuso un «mapa prefabricado de la sociedad contemporánea donde la incertidumbre, la volatilidad de todo lo material nos colocaba en la plataforma del riesgo permanente» (p. 108).

Desde esta posición, Salazar argumenta que las personas ya no ocupan un lugar seguro. Absolutamente todo aquello que las rodea está «sostenido por un ambiente de inseguridad» (id.). Sin protección, las personas son totalmente vulnerables en todas las esferas de su comportamiento individual y social. Para Salazar, entonces, la inseguridad y la contingencia son dos factores prevaletentes en la vida cotidiana del individuo, factores que le generan miedos. Estos van desde los virus riesgosos para la información almacenada en su computador personal, pasando por la contingencia del chantaje a través del teléfono celular o el ciberacoso en las redes sociales, hasta el temor de terminar en el paro por la quiebra intempestiva de la empresa en donde presta sus servicios.

A estos factores, Salazar les suma «los temores infundidos por las noticias de los desastres naturales» y algunos de los que ya había advertido Benedetti en los años noventa: la inseguridad pública, la inestabilidad económica y financiera, la suspensión de las garantías constitucionales por amenaza de terrorismo, etc. Ello provoca en la persona una «angustia invisible o estado endémico similar a [una] latente esquizofrenia dilatada, capaz de convertirnos en sujetos plenamente vulnerables, sin sentido del tiempo, porque el mañana no existe y está sujeto a factores incontrolables derivado de la incertidumbre» (p. 108).

En consonancia con Salazar, sostiene Han (2022) que la digitalización del mundo somete a un cambio radical la percepción del ciudadano, su relación con el mundo y su convivencia. Evidentemente, el ciudadano hoy se siente agobiado, aturdido por el maremágnum informativo y comunicativo que lo rodea. En un entorno así, expresa Salazar, los medios de comunicación se ven compelidos a emitir la noticia, la banalidad de sus discursos, la espectacularidad de sus noticiarios, con formas simples, accesibles a la mayoría. Esa «simpleza de las palabras que en la mayoría de las veces reduce el vocabulario a no más de 400 palabras comunes» (Salazar, 2009, p. 111).

De esta manera describe Salazar la información que circula en los medios sociales digitales:

Dibuja una realidad irrelevante donde amerita cambiarse o hay conflictividad que amenaza los intereses de los grandes empresarios, pero en situaciones nimias magnifica el hecho o situación descrita, evocan copiosamente la violencia y al centuplicarse los relatos, teatralizan los acontecimientos y dramatiza en el subconsciente colectivo, dibujando un mapa de terror y miedo en el auditorio (id.).

Para poder llegar a este nuevo auditorio, sobrecargado de información, los medios digitales se ven empujados a destruir el discurso racional determinado por la cultura del libro y producen una *mediocracia*, como la denomina Han (2022). Se entremezclan así los contenidos en formatos divertidos, lúdicos, la teatralización de la política, en la que importa más la *performance* del actor que el contenido, y la comunicación afectiva. En la comunicación afectiva



tiva, expresa Han, «no son los mejores argumentos los que prevalecen, sino la información con mayor potencial de excitación» (ibíd., p. 140).

Para adaptarse a estas audiencias digitales, asimismo, los medios adoptaron como formato el melodrama, historias de vida cercanas al ciudadano. Apunta Monsiváis que en el melodrama «se observa la aceptación de la pobreza *estructural*, una singular visión de la democracia, la ingesta cotidiana de violencia y hasta las ideas de lo nacional», todo estructurado con «los gestos y estallidos propios del folletín» (cit. en Salazar, 2009, p. 111). Al establecer que el melodrama explique las sensaciones de insignificancia, las personas vuelcan sus temores en el lenguaje destinado a las contingencias de la enfermedad y el amor desdichado, típicos de este género, y eso explica, según Monsiváis, la dimensión teatral de la estrategia contra la violencia. Es que el pánico también aquietta. Y el melodrama impulsa la metamorfosis de lo vivido con temor y angustia en la representación teatral. En definitiva, la información melodramática connotada en los medios sociales digitales combina, según Salazar (2009), tres elementos: el ensueño, la farsa y la ficción, elementos que son generadores del clima social, cuya especificidad está registrada en la alarma y el terror.

En una sociedad en la que se materializa el exceso de alarmismo, las nuevas amenazas fueron popularizadas de manera irresponsable por los medios de comunicación, denuncia Salazar, que acusa a los medios de lo que sigue:

[Malinterpretaban] las consecuencias del cambio climático, las nuevas epidemias y el renacer de otras con la alteración del clima, la escasez de algunos alimentos pero no lo vinculaban con nuestras formas de alimentación y biotecnología, sino que hacían escarnio sobre el déficit a fin de alterar el subconsciente colectivo y denotar un miedo advertido como riesgo indeleble (ibíd., p. 112).



4. La comunicación del miedo

4.1. SOCIEDADES DE RIESGO

La situación de la sociedad contemporánea, descrita anteriormente, puede condensarse en la expresión *sociedad del riesgo*, que generalizó Beck (1996):

Una fase de desarrollo de la sociedad moderna en la que a través de la dinámica de cambio la producción de riesgos políticos, ecológicos e individuales escapa, cada vez en mayor proporción, a las instituciones de control y protección de la mentada sociedad industrial (p. 201).

Es decir, es una sociedad con un alto riesgo para el desenvolvimiento normal de las organizaciones en general. Advertíamos, con Rey y Bartoli (2020), que las organizaciones se ven entonces sometidas a la presión de un gran número de factores que, evidentemente, transforman su entorno cercano y remoto en un ambiente de alto riesgo.

En las actuales sociedades de riesgo, observamos continuos cambios sociales y políticos y una incertidumbre creciente (evidente en temas como la salud, la comunicación, la economía, el liderazgo político, etc.). Asimismo, se materializa un avance sin remordimientos de las innovaciones científicas y tecnológicas ante las presiones de tiempo y costo que no permiten

una adecuada evaluación científica de los riesgos versus los beneficios de una nueva innovación (sumado a una evidente separación entre la ética y el conocimiento científico).

Como ya dijimos, en las sociedades de riesgo se evidencia una tendencia creciente hacia la individualización y una opinión pública que se hace valer cada vez más a través de las numerosas organizaciones sociales que han surgido en un periodo reciente o simplemente haciendo oír su voz en las redes sociales digitales.

Por su parte, Fernando Zerboni (cit. en Campanario, 2020) explica que la clave hoy es comprender que el nivel de complejidad del problema que estamos viviendo es tan grande que no hay persona o experto en el mundo capaz de entenderlo o de generar un modelo para explicarlo. «Estamos en un cuadrante que ni siquiera es de complejidad extrema, sino de desorden o caos —sostiene—, y tenemos que movernos hacia el de complejidad» (p. 8). En el actual contexto, afirma Zerboni, es cada vez más difícil planificar, no hay tiempo para pruebas o ensayos y, asimismo, nadie posee el suficiente conocimiento de todas las variables; sin embargo, se debe actuar igual, porque no es una opción dejar que la crisis escale.

Farré Coma (2005) afirma lo que sigue respecto a la actual cultura del riesgo mediatizada:

Desemboca en la formación de culturas del miedo que constituyen la culminación de una nueva realidad social que exige la profundización e interés en este campo emergente de investigación, tanto desde la configuración de las identidades colectivas como personales (p. 96).

Una perspectiva más que interesante para comprender la relación entre miedo y comunicación. Dejarse atrapar por las redes de las culturas del miedo supone, en la visión de Farré, una rendición individual y colectiva ante las crecientes incertidumbres que la cultura del riesgo genera y ante las contradicciones extremas de la globalización.



[El miedo socava] la confianza de la ciudadanía que se convierte en víctima, la credibilidad de las instituciones democráticas que ponen en cuestión su legitimidad y, en última instancia, al conjunto de los sistemas democráticos, incapaces de rearticularse atrapados en la jaula de hierro de la (in)seguridad (ibíd., p. 97).

4.2. LA NOCIÓN DE RIESGO REAL Y RIESGO PERCIBIDO

La noción de riesgo es útil, entonces, para explicitar cómo la comunicación puede afectar los miedos en la sociedad contemporánea. Pero, antes de continuar analizando el problema, ¿qué entendemos por riesgo?

La definición que desarrollamos con Javier Bartoli nos puede ayudar (Rey y Bartoli, 2020). Esencialmente, el riesgo es una medida del efecto adverso de un tema sobre la sociedad. Su fórmula es: probabilidad de ocurrencia × impacto. Trata acerca de la valoración y la comunicación de los posibles peligros asociados con un proceso en particular con relación a los resguardos y los beneficios que este ofrece. El riesgo es básicamente una información que ayuda a los ciudadanos a realizar elecciones concernientes, por ejemplo, a su salud, a la seguridad y, sobre todo, al ecosistema en el cual viven.

Ahora bien, riesgo y miedo son conceptos diferentes. Ferraro (cit. en Altheide, 2002) lo explica de manera precisa:

El miedo es fundamentalmente una experiencia psicológicamente diferente del riesgo percibido. mientras que el riesgo implica un juicio cognoscitivo, el miedo es mucho más emotivo en carácter. el miedo activa una serie de transformaciones corporales complejas que alertan al actor de la posibilidad de peligro (p. 188).

La evaluación de riesgos se torna esencial para la opinión pública cuando:

- a) Surge un nuevo riesgo. Por ejemplo, la crisis de la vaca loca en Europa a finales de los años noventa, el nuevo terrorismo a partir del 11S o la reciente pandemia de coronavirus.
- b) Cambia el grado de un riesgo existente. A saber, el riesgo de la tenencia de armas de fuego luego de que se informa en los medios de comunicación un caso de una masacre en un colegio o el riesgo de volar en avión luego de un accidente que acaba de verse en la TV.
- c) Ocurre una nueva percepción de un riesgo. El impacto potencial que ciertos plásticos (ftalatos) puedan tener en el organismo humano o el caso de los alimentos transgénicos (Rey y Bartoli, 2020).

Es evidente que no existe el riesgo cero. El esfuerzo por eliminar un riesgo nunca es suficiente a la hora de enfrentar un problema o crisis. Si lo analizamos desde el punto de vista de la ingeniería ambiental o desde la seguridad, el riesgo es un problema tangible. Ahora bien, desde el punto de vista de la opinión pública, el riesgo es un problema de percepción. Si la opinión pública percibe que existe un riesgo, este existe, por más que no haya un problema fáctico concreto.

Es importante, asimismo, constatar que cada persona, al percibir el riesgo, busca la confirmación de sus propios prejuicios. Si percibe que los cereales transgénicos producen cáncer, de alguna manera, a pesar de no encontrar evidencias científicas que sostengan su percepción, va a buscar aquellos medios de comunicación, aquellos *influencers* que le confirmen su propio prejuicio más allá de cualquier investigación o argumento racional que sostenga lo contrario (id.).

Además, el público no busca el riesgo cero. Cada persona realiza de manera cotidiana evaluaciones del tipo costo/beneficio. Por ejemplo, a la hora de comprar en un supermercado, el consumidor sabe que es más riesgoso comprar una marca X de tercer nivel que una de primer nivel; sin embargo, asume el riesgo porque considera beneficioso ahorrar unos centavos.

Sobre el riesgo percibido y riesgo real, es menester detenernos a considerar la postura de Farré Coma (2005), que sostiene que el riesgo en sí no existe como una realidad ontológica, sino que es más bien una realidad epistemológica. Por ello, el riesgo «existe solo cuando lo reconocemos como tal» (p. 104). Desde esta perspectiva, no podemos distinguir el riesgo de la percepción del riesgo, y esto porque «lo que no percibimos no existen porque los desconocemos». A la luz de este argumento, señala Farré Coma, no deberíamos cargar las tintas sobre el concepto de percepción ya que caeríamos en una reducción sicologista, «olvidando que la definición del riesgo tiene lugar en el contexto social donde se acuerdan las bases para su domesticación» (id.).

Es claro que, si el riesgo existe solo cuando lo reconocemos como tal, el riesgo tendrá un significado diferente para cada persona. Por ejemplo, hay personas que tienen un miedo



enorme de viajar en avión. Sin embargo, esa misma persona no tiene miedo de andar en automóvil (estadísticamente, se producen más accidentes en las rutas que en los cielos). Es decir, está evaluando dos riesgos de manera diferente, y esa diferencia es fruto de su conocimiento previo, de su experiencia, en definitiva, de su historia de vida, pero no necesariamente de un conocimiento empírico y fundado en evidencias.

4.3. RIESGO Y COMUNICACIÓN DEL RIESGO

Llegados a este punto, es necesario abordar la cuestión del rol de los medios de comunicación «como amplificadores sociales del riesgo que afecta, en términos de magnificación o atenuación, la percepción social del riesgo que puede tener la población, la opinión pública, la audiencia, los ámbitos de la recepción» (Farré, 2005, p. 105).

Percibimos nuestro entorno a partir de los procesos de mediación estructural de los medios de comunicación. Como señalaba ya hace cien años Walter Lippmann (1922), entre las imágenes en nuestra mente y el mundo exterior, están los medios de comunicación. Muchos de los riesgos mediatizados se nos presentan como invisibles, difusos, señala Farré Coma (2005), aunque pueden ser muy visibles en sus consecuencias en la toma de decisiones cotidianas, y otros, como el riesgo a contraer cáncer por fumar —riesgo voluntario e integrado en nuestras decisiones del día a día—, de tan visibles se torna invisibles. Asimismo, Farré Coma afirma que los riesgos serán reales si se definen como tales, pero, aun siendo meramente percepciones, pasan a tener consecuencias en términos de inseguridad, incertidumbre y miedo. Como es evidente, las implicaciones políticas en esta cuestión son enormes.

El mismo Farré Coma (2005) advierte de que los medios son fuentes importantes en la amplificación social de las percepciones del riesgo, en parte por la propia lógica de los criterios en la selección y tratamiento de las noticias referidas a temáticas de riesgo. Y esto en buena medida responde a la lógica profesional por la cual los medios priorizan los hechos novedosos, las consecuencias rupturistas, el gran número de afectados, lo dramático, el conflicto y la controversia, la simplificación para enfatizar el marco interpretativo de la vida cotidiana y las imágenes emotivas que permitan cristalizar la temática. Y, a partir de estos criterios de noticiabilidad, los medios, ya sea por su negatividad, distorsión, sensacionalismo, dramatización o exageración de las temáticas, en un primer momento las descontextualizan para, en un segundo momento, las recontextualizan en sus formas informativas.

Pero a este efecto de amplificación de las percepciones del riesgo de los medios que señala Farré Coma hay que agregarle dos factores que han crecido en peso durante la segunda década del siglo XXI. En primer lugar, el incremento sustancial de las organizaciones sociales, tanto en el ámbito de los grupos ecologistas como en el sector de los consumidores. Su papel es hoy más activo y estratégico, ya que su objetivo primordial es acceder a las agendas de los medios y de la opinión pública para incidir en la agenda política. Y, en segundo lugar, la explosión de las redes sociales y las plataformas de peticiones al estilo de Change.org, que proporcionan fórmulas de acceso rápido y directo al público sin la mediación de las organizaciones mediáticas convencionales.

Gil Calvo (2003) explica la relación entre riesgo y comunicación de riesgo cuando señala la peculiar interacción entre el riesgo real y el riesgo percibido; cuando este último crece por la



información suministrada por los medios de comunicación —que, aunque no sean alarmistas, multiplican sus contenidos, incluidos los que siembran alarma social—, «también puede crecer el latente riesgo real, si se suscitan expectativas capaces de favorecer la multiplicación de riesgos y de inhibir la capacidad colectiva de superarlos» (p. 39). Esta comunicación genera el efecto de hacer creer que si crece la percepción social del riesgo revelado por los medios es porque está creciendo la producción social —la construcción colectiva— del riesgo real. «Así es como los medios se convierten sin quererlo en bomberos pirómanos, pues la publicidad del riesgo percibido contribuye a magnificarlo» (í.d.). Así, podemos formular dos proposiciones:

- I. A mayor información circulante sobre un riesgo, mayor será el riesgo percibido.
- II. A mayor percepción social de un riesgo, mayor será la creencia de que crece la producción social del riesgo real.

Sin embargo, Salazar (2009) sostiene que el riesgo real que vivimos cotidianamente no describe ni enuncia con propiedad la verdadera dimensión catastrófica de cuestiones como la crisis financiera, el costo de las erogaciones estatales para solventar la crisis de liquidez de los bancos, las pérdidas de los fondos de pensiones, el agotamiento de las reservas petroleras en el mundo, la corrupción, las exenciones de impuesto de las grandes compañías, el deterioro ambiental; en suma, los verdaderos problemas globales que debemos resolver como sociedad en su conjunto.

En su planteamiento crítico, Salazar (í.d.) sostiene que el riesgo percibido por la sociedad es construido por el sector dominante a través de los medios de comunicación y atiende a aquellos aspectos presentes en la vida diaria, pero que no son lesivos a los intereses de las grandes empresas, Gobiernos o figuras públicas prominentes. Salazar señala lo que sigue:

La intencionalidad es modificar el sentido de la noticia [...], pues al suscitar una u otras expectativas condicionan las actitudes de los actores de quienes dependen los factores de riesgo, alteran tanto su evaluación del peligro advertido como su capacidad de superarlos (ibíd., p. 112).

Sabemos, asimismo, que una condición contingente que modifica la comunicación de riesgos es la fuente de información sobre el riesgo. Investigaciones recientes (Edelman, 2022) indican que los Gobiernos han perdido buena parte de su credibilidad en detrimento de las organizaciones sociales e incluso de las empresas. Cuando el ciudadano común debe hacer una evaluación de riesgo, toma muy en cuenta la fuente de información y si esta proviene de una organización social; aunque no tenga el conocimiento ni los equipos técnicos adecuados para hacer ese tipo de evaluaciones, la considerará mucho más creíble que la del organismo público en cuestión, porque, como señalamos, la percepción le da entidad al riesgo real. Por ejemplo, en el caso de la plataforma petrolera Brent Spar, propiedad de la compañía Shell, en el mar del Norte, Greenpeace se transformó en la fuente de información más confiable en el conflicto, a pesar de que falseó parte de la información. Conclusión, Shell tuvo que desmantelar la plataforma en tierra en lugar de hundirla en el mar del Norte, que era su primera opción, aprobada incluso por la autoridad pertinente (Rey y Bartoli, 2020).

Por otra parte, debemos tener en cuenta otra condición contingente que es una limitante del efecto de la comunicación de riesgo; nos referimos a que las actitudes básicas son difíci-



les de cambiar. Una persona que ya tiene una actitud clara y considera que algo no es en sí mismo riesgoso es muy difícil que modifique dicha actitud. Este tipo de actitudes se solidifican a partir de un largo proceso de información y persuasión. Muchas veces, esas actitudes cristalizaron por la presión del grupo de pertenencia o por el ejemplo que proporciona un *influencer* a quien dicha persona sigue en determinada red social y en el que confía plenamente.

Sin embargo, autores como los ya mencionados Salazar y Altheide tienen una visión mucho más crítica del papel de los medios en cuanto a la distorsión de la percepción del riesgo y la consecuente generación de miedo en la sociedad. Es cierto que sus planteamientos son previos al auge de las redes sociales y, quizás por ello, piensan en audiencias más pasivas. Altheide (2002), por ejemplo, sostiene desde una aproximación interpretativa, que la lógica mediática a través de sus formatos contribuye significativamente a la construcción del miedo en el contexto de comunidades mediadas en su identidad y definición de la situación:

El miedo juega una parte esencial en el control social. Existen diversas razones para ello. Primero, examinamos el proceso que hace funcionar el control social. Las cosas que tememos guardan relación con cómo nos comunicamos y aprendemos en la vida cotidiana [...] La vida social [...] ha derivado hacia una «sociedad del riesgo», organizada alrededor de una comunicación orientada a la vigilancia policial, el control y la prevención de riesgos (p. 14).

Al respecto de la postura de Altheide, aclara Farré Coma (2005) lo que sigue:

Lejos de una acusación desmesurada contra los medios, Altheide apunta que podemos dudar que los medios desempeñen un rol central en los miedos y las percepciones del riesgo porque de hecho, es importante recordar que los medios amplifican o atenuan, pero no causan el sentido del riesgo en la sociedad.



Es cierto que, a partir del advenimiento de las redes sociales, el público es en algún sentido más creativo y participativo, y ello complejiza el rol y la influencia de los medios en la amplificación social de la percepción de riesgo. En todo caso, señala Farré Coma, la acusación contra los medios es muchas veces utilizada como «una válvula de escape en el agravamiento real de las tensiones entre los expertos, los gestores del riesgo y los públicos legos». Y, asimismo, este debate obedece a no comprender de manera coherente y plena el impacto del sistema de información actual, complejo y plural en sus relaciones con las audiencias (ibíd., p. 112).

Obviamente, la conexión causal de los medios y las percepciones públicas del miedo es difícil de establecer aisladamente, mucho más en la actualidad, ya que el poder de fijación de agenda tradicional que poseían la prensa, la radio y la TV está hoy, si no atenuado, al menos conviviendo con las redes sociales y los medios generados por el usuario como YouTube. Quizás cabría pensar hoy más bien en una relación circular, como señala Farré Coma (id.):

Cuanto mayor miedo de peligro potencial se experimenta en el ambiente social, las personas deciden permanecer más tiempo en sus casas donde, a su vez, se exponen con mayor asiduidad a los medios que les cuentan historias que refuerzan sus ansiedades.

Esto es algo que se pudo observar durante la reciente pandemia de covid-19.

En definitiva, coincidimos con Farré Coma cuando afirma que los medios siempre están ahí:

Para alertarnos de algún tipo de peligro, aunque esta preocupación mediática de alerta de riesgos sea el síntoma del problema y no su causa. Sería del todo improbable que un público relajado y plácido, con altas dosis de sentido común, fuera influido hacia un estado permanente de pánico a través de la manipulación de los medios (ibíd., p. 113).

5. Los efectos del miedo colectivo

Salazar (2009) advierte de que el problema que genera el miedo posicionado en el colectivo como ambiente y escenario futuro es el que sigue:

Inmoviliza la acción colectiva, priva al individuo de su necesidad de asociarse, de buscar en el otro la convalidación de la información percibida, porque el riesgo percibido construye el terror de tal manera que aísla a los hombre porque invisibilizan el factor provocante del miedo (p. 113).

Lo que se percibe es que el miedo es paralizante, conspiratorio, manipulante y fragmentador dentro de la sociedad. Como señalamos, la sociedad contemporánea se ve constantemente sometida al miedo mediático, que se propaga a través de las redes sociales con inusitada velocidad. Y esto provoca, en los diversos grupos sociales, una «acción restrictiva de lazo social, enmudecimiento colectivo o autismo social», ya que, como señalaba Bauman (2007) y refuerza Salazar (2009), el ver al otro como potencial agresor «no lo habilita como depositario de confianza mediante la relación intersubjetiva, sino que se abstiene de opinar y deja que los medios hablen y divulguen la opinión callada por el resto» (p. 113).

En definitiva, cuando la visibilidad de los riesgos percibidos se acrecienta, se exagera el miedo y se genera una pérdida de control que, como señala Farré Coma (2005), puede desembocar en acciones fuera de lugar, irreflexivas y dominadas por dicho miedo. Asimismo, en sentido contrario, cuando los riesgos reales son ocultados o se procede a su invisibilidad social quitándolos de las agendas, tanto los medios como las instituciones políticas se transforman en responsables por omisión.

A modo de conclusión, concordamos con Farré Coma (id.) en que quizás la solución a este dilema del miedo y la comunicación pase por brindarle herramientas e información a la ciudadanía para que se transforme en sujeto protagonista en la apropiación sociocultural de estas dinámicas de riesgo, dándoles un sentido liberador desde el sentido común y el ejercicio legítimo de la responsabilidad social y la acción ciudadana.

6. Bibliografía

- Altheide, D. L. (2002). *Creating fear. News and the construction of crisis*. Nueva York: Aldine de Gruyter.
- Barei, S. (2020). Pensar el miedo. Mitos, arte y política. *Estudios*, 43, 45-63.
- Bauman, Z. (2007). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Barcelona: Paidós.
- Beck, U. (1996). Teoría de la sociedad del riesgo. En J. Beriaín (comp.), *Las consecuencias perversas de la modernidad: Modernidad, contingencia y riesgo*. Barcelona: Anthropos.

- Benedetti, M. (22/12/1993). Los nuevos miedos. *El País*. https://elpais.com/diario/1993/12/22/opinion/756514801_850215.html
- Blázquez-Ruiz, F. J. (1995). *Estrategias de poder*. Estella: Verbo Divino.
- Boria, A. y Barei, S. (2020). La cultura del miedo: el control de las emociones. *Estudios*, 43, 9-14.
- Campanario, S. (5/04/2020). La coreografía del caos: teoría de la complejidad para la incertidumbre extrema. *La Nación*. <https://acortar.link/Fn2nTP>
- Castel, R. (2004). *La inseguridad social: ¿Qué es estar protegido?* Buenos Aires: Manantial.
- Edelman (2022). *Edelman trust barometer 2022*. Nueva York: Edelman.
- Farré, J. (2005). Comunicación de riesgo y espirales del miedo. *Comunicación y Sociedad*, 3, 95-119.
- Gil, E. (2003). *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid: Alianza.
- Han, B. (2022). *Infocracia*. Buenos Aires: Taurus.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Nueva York: Macmillan.
- Pizarnik, A. (2010). *Antología poética*. México: UNAM.
- Rey, F. y Bartoli, J. (2020). *Manual de comunicación en las organizaciones*. Buenos Aires: Rey Lennon Ediciones.
- Salazar, R. (2009). La nueva estrategia de control social. Miedo en los medios y terror en los espacios emergentes. *Quórum Académico*, 6(2), 105-123.



